



**Universidade de Brasília**  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Audiovisuais e Publicidade

## **NUDE**

Lanna Caroline Alves Silveira  
12/0124262

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dra. Gabriela Pereira de Freitas

Brasília 1/2018

**“NUDE”**

Lanna Caroline Alves Silveira

Memória do projeto experimental apresentado  
ao Curso de Comunicação Social da  
Faculdade de Comunicação, Universidade de  
Brasília, como requisito parcial para obtenção  
do grau de Bacharel em Comunicação Social  
– Audiovisual, sob orientação da professora  
Gabriela Pereira de Freitas

Brasília

Primeiro semestre de 2018

Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Audiovisuais e Publicidade

**“NUDE”**

Lanna Caroline Alves Silveira

Projeto aprovado em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ para obtenção do grau de  
Bacharel em Comunicação Social, habilitação Audiovisual

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientadora: Gabriela Pereira de Freitas

---

Membro 1: Eduardo Bentes Monteiro

---

Membro 2: Susana Madeira Dobal Jordan

---

Suplente: Denise Moraes

## AGRADECIMENTOS

Realizar esse projeto foi como a realização de um sonho. Desde o primeiro momento estive com meu amigo, namorado e grande artista Pedro Costa, com quem pude contar antes, durante e depois da realização dessa exposição, a você o meu muito obrigada, que essa parceria e unidade que temos dure enquanto nossas mentes criarem juntas, o que eu acredito que seja para sempre.

Agradeço aos meus pais, padrasto e madrasta, irmãos, ao meu sogro Wellington e aos meus queridos amigos Italo Salgado, Laryssa Mayara e Júlia Batista por toda ajuda financeira, psicológica e em alguns casos, braçal. Sem vocês não teríamos conseguido fazer a *Nude* acontecer.

Aos professores da banca tenho um carinho especial por cada um, todos marcaram minha trajetória dentro da fotografia na Universidade, muito obrigada a todos que me fizeram a fotógrafa que sou hoje.

Em especial, agradeço à minha orientadora Gabriela Freitas, pela paciência e por confiar em mim para a realização de um projeto que eu não imaginava que seria tão trabalhoso!

## RESUMO

Este memorial apresenta o processo de pesquisa para a realização do projeto *Nude*, uma exposição de fotografias e instalações sobre o caráter não-sexy da lingerie bege. Realizada pelos artistas Lanna Silveira e Pedro Costa, a exposição exhibe mulheres comuns usando lingerie bege em modelos variados de lingerie nas fotos e nas instalações com o objetivo de criar uma reflexão sobre a cor bege e mostrar que o que influencia a sensualidade feminina é a própria autoestima das mulheres e não a cor da roupa íntima que elas usam.

**PALAVRAS-CHAVE:** fotografia; exposição fotográfica; autoestima feminina; lingerie;

## SUMÁRIO

<b>1. Introdução.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Problema de pesquisa.....</b>	<b>8</b>
<b>3. Objetivos .....</b>	<b>8</b>
<b>4. Metodologia.....</b>	<b>9</b>
<b>5. Justificativa.....</b>	<b>16</b>
<b>6. As modificações na <i>lingerie</i> ao longo do tempo.....</b>	<b>17</b>
<b>7. O planejamento da exposição <i>Nude</i>.....</b>	<b>19</b>
7.1. Orçamento.....	20
7.2. Obras.....	20
7.3. Expografia.....	23
7.4. Criação da marca.....	27
7.5. Redes sociais/comunicação.....	28
7.6. Montagem.....	31
7.7. O período de exposição.....	33
7.8. Desmontagem.....	35
<b>8. Considerações finais.....</b>	<b>36</b>
<b>9. Referências bibliográficas.....</b>	<b>38</b>
<b>10. Referências visuais.....</b>	<b>38</b>
<b>11.</b>	
<b>Sites.....</b>	<b>39</b>
<b>12. Apêndices.....</b>	<b>40</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Cada vez mais conceitos são reproduzidos sem questionamento. Analisar as verdades ditas e não ditas faz parte da construção de um pensamento crítico sobre a sociedade. Falar sobre a lingerie bege e seu caráter não sexy – construído ao longo dos anos – é uma maneira de debater questões do feminino e de comportamento na sociedade brasileira.

A exposição *Nude* vem como uma proposta de questionar essa ideia que já está enraizada no inconsciente coletivo, bem como propor um olhar diferenciado sobre a lingerie bege e também da imagem da mulher enquanto usuária e principal consumidora dessas peças.

A *lingerie* teve várias representações visuais ao longo do tempo e esses conceitos estão diretamente relacionados às formas como a imagem feminina tem sido representada na mídia. Segundo Silvana Mota-Ribeiro essas imagens veiculadas na mídia definem o que deve ser um comportamento adequado ao gênero feminino e sempre reforçam as relações sociais de feminilidade construídas coletivamente com o passar do tempo: “Numa cultura massificada como a ocidental, é legítimo afirmar que os meios de comunicação social terão um papel de destaque na divulgação de representações sociais de estereótipos acerca do feminino” (MOTA-RIBEIRO, 2005. p. 49). Toda essa noção de feminilidade associada à lingerie num tom de marrom insaturado – bege (cor menos interessante para a maioria das pessoas) – criou o imaginário coletivo de que lingerie bege é brega e nada sexy.

A roupa íntima feminina passou por longos processos de mudança cultural e mesmo que seja uma peça que fica “escondida”, possui grande significado simbólico e ajuda a construir o conceito de feminilidade e de como a sociedade espera que seja uma mulher feminina e sensual.

A exposição tem como base uma pesquisa de campo<sup>1</sup> sobre a visão da sociedade quanto à preferência por cores chamativas em lingerie e a repulsa pela

---

<sup>1</sup> A pesquisa foi realizada via Google Docs. As respostas podem ser encontradas nos apêndices desta memória de pesquisa.

cor bege. Pensar a individualidade de cada pessoa que respondeu à pesquisa é também pensar na opinião generalizada e enviesada pelo que foi construído socialmente com a evolução da representação visual da mulher, da lingerie e do imaginário acerca das duas.

## **2. PROBLEMA DE PESQUISA**

Após breve pesquisa sobre representatividade e empoderamento feminino, história da lingerie e psicologia das cores — temas que embasaram conceitualmente a exposição — chegamos ao nosso problema de pesquisa: Como representar fotograficamente a sensualidade feminina associada à lingerie bege, considerando a aversão da sociedade a esse tipo de peça do vestuário?

## **3. OBJETIVOS**

### **3.1. Objetivo geral**

- Pensar a sensualidade feminina questionando os padrões de representação da mulher utilizando a lingerie como recurso

### **3.2. Objetivos específicos**

- Compreender o imaginário da lingerie bege devolvendo a sensualidade feminina ao seu lugar de origem: a mulher;
- Propor uma reflexão sobre o uso da cor bege e seu caráter não-sexy
- Realizar uma exposição fotográfica e instalações sobre a sensualidade feminina e a lingerie bege.
- Realizar uma estratégia de comunicação para divulgação da exposição por meio das redes sociais



#### 4. METODOLOGIA

Em agosto de 2017, estávamos eu e Pedro Costa, estudante de Museologia na Universidade de Brasília e coautor da *Nude*, passeando por uma loja no shopping quando vimos uma sessão inteira de lingerie na cor bege. A quantidade era grande e nos interessamos justamente por isso, já que não é muito comum encontrar tantas peças dessa cor em um shopping. Observando os modelos, nos questionamos sobre o caráter não-sexy da cor bege e ao levar em consideração nossas preferências artísticas tivemos a ideia da exposição *Nude*.

Decidimos, então, fazer uma pesquisa de campo, por meio da plataforma *Google Forms*<sup>2</sup>, para verificar se nossa constatação procedia. Então, durante os dias 6 e 14 de setembro de 2017 o questionário foi disponibilizado por link em nossos perfis pessoais e em grupos no Facebook, Instagram e Whatsapp. O formulário continha 8 perguntas que levavam em conta gênero, idade e preferências pessoais por cores e lingerie. No total, foram analisadas 273 respostas.

O questionário aplicado era composto por duas perguntas de identificação (idade e gênero) e seis perguntas sobre as preferências pessoais quanto às cores da *lingerie*. Foi divulgado apenas pela Internet via *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *WhatsApp*.

Durante o período em que esteve disponível, o questionário obteve 303 respostas, mas somente 273 respostas válidas. No início da apuração, notei uma certa dificuldade das pessoas ao responder à pergunta “Com qual gênero você se identifica?”, que era uma pergunta aberta, as pessoas deviam escrever o gênero com o qual se identificavam. Entretanto pude encontrar respostas como “héterossexual”, “gay”, “mpb” que não se referem ao gênero. Percebemos que devíamos ter explicado essa questão no momento de pessoas ao responder essa pergunta.

---

<sup>2</sup>Disponível em <https://goo.gl/1yr2xm>. Acesso em 8.6.2018. Respostas e apuração encontram-se disponíveis nos apêndices desta pesquisa.



Gráfico 1: Respostas obtidas na pergunta “Com qual gênero você se identifica?” antes da apuração.

Esse problema na elaboração do questionário gerou um problema na apuração das respostas. Para facilitar o processo de análise recortamos o público em feminino e masculino, pois eram os que tinham maior representatividade dentro das respostas. Confirmamos as mulheres como as maiores consumidoras de lingerie (79,1% das entrevistadas se identificam com o gênero feminino), o que não exclui pessoas de outros gêneros, mas, como explicado anteriormente, analisar as respostas do público feminino e masculino foi um recurso para simplificar a tabulação dos dados.

Entre o total de respostas, 66,3% acredita que a cor da lingerie tem relação com a sensualidade e 54,8% concorda que bege é a cor que deixa a lingerie menos sexy. É importante ressaltar que para a realização do questionário levamos em consideração apenas o caráter sexy da roupa íntima feminina, apoiados pelas campanhas publicitárias de lingerie que em sua maioria retratam as mulheres de uma forma fetichista e sexualizada, mas é sabido que esse não é o único critério de

escolha e compra das lingerie. Portanto, para guiar este trabalho os dois pontos citados foram os mais importantes. A partir dos resultados obtidos no questionário aplicado via *Google Forms* chegamos ao desafio de fotografar mulheres em lingerie bege, como tentativa de contestar o que foi apurado.

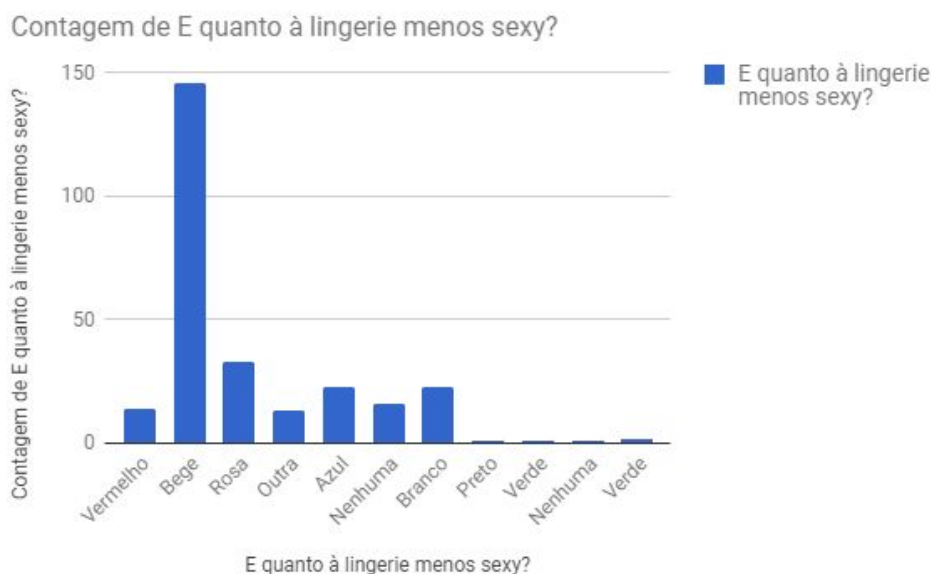


Gráfico 2: E quanto à lingerie menos sexy?

Por meio do questionário, foi possível identificar os gostos pessoais dos entrevistados que em sua maioria acreditam que a cor da *lingerie* está relacionada à sensualidade e que bege não é uma cor sexy.

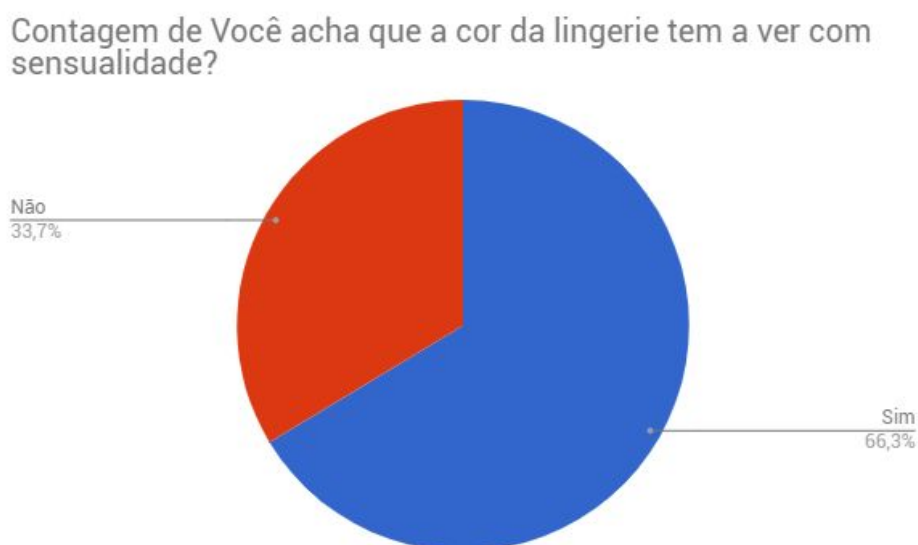


Gráfico 3: Você acha que a cor da lingerie tem a ver com a sensualidade?

O objetivo do questionário era confirmar se as pessoas consideram a cor bege como uma cor desinteressante. Como esperado, a maioria dos entrevistados acreditam que a cor da lingerie está relacionada à sensualidade e que bege não é uma cor sexy.

Motivados pelos resultados da pesquisa, criamos duas páginas nas redes sociais – Facebook<sup>3</sup> e Instagram<sup>4</sup> – onde foi aberto um diálogo direto com o público sobre o tema da exposição. Utilizamos o *feed* de notícias para publicações fixas e nos *stories*<sup>5</sup> do Instagram publicamos vídeos e fotos mostrando o processo de montagem e produção da *Nude* e divulgação da mesma.

Após a análise das redes sociais<sup>6</sup> após a exposição em conjunto com as respostas obtidas, pôde-se notar que as pessoas acabam reproduzindo gostos e opiniões sem refletir sobre o real significado da sensualidade e principalmente do próprio corpo. Então iniciamos uma busca por referências visuais na mídia. Foi quando pudemos analisar videocliques de música pop de cantoras como Anitta, Pabllo Vittar, e Cléo, que figuram nas listas dos mais assistidos no momento<sup>7</sup>, em busca de referências de mulheres que utilizam a lingerie bege com o objetivo maior de ser sensuais. Os cliques utilizados como referência foram Sua Cara<sup>8</sup>, de Major Lazer em colaboração com Anitta e Pabllo Vittar, Jungle Kid<sup>9</sup>, de Cleo e a apresentação da Anitta no prêmio Multishow<sup>10</sup> 2017. Em todos os cliques citados a

---

<sup>3</sup> Link da página: <https://www.facebook.com/nudeexposicao/> Acesso em 12.6.2018

<sup>4</sup> Link da página: <https://www.instagram.com/nudeexposicao/> Acesso em 12.6.2018

<sup>5</sup> Insta Stories é um recurso que permite que os usuários publiquem fotos e vídeos rápidos, que podem ser editados, mas sem filtros, e que só podem ser visualizados por um período curto de tempo, pois saem do ar em 24 horas. Fonte:

<https://canaltech.com.br/produtos/confira-algumas-dicas-de-como-usar-o-instagram-stories/> Acesso em 8.6.2018

<sup>6</sup> A análise das redes sociais se encontram na página 29

<sup>7</sup> O videoclipe de Sua Cara é o terceiro recordista mundial em numero de visualizações em 24h <<https://omelete.com.br/musica/noticia/clipe-de-sua-cara-bate-recorde-de-visualizacoes-no-youtube-e-m-24-horas/>> Acesso em 18.6.2018

<sup>8</sup> O vídeo possui 385.818.606 visualizações e está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=omzk3klly0E> Acesso em 8.6.2018

<sup>9</sup> O vídeo possui 2.510.208 visualizações e está disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=t-\\_fHdXGhA](https://www.youtube.com/watch?v=t-_fHdXGhA) Acesso em 8.6.2018

<sup>10</sup> O vídeo possui 3.899.467 visualizações e está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sZhtcHf5FZQ> Acesso em 8.6.2018

lingerie bege faz parte do figurino e essa introdução é feita de forma natural e não teve muita repercussão negativa, pois o foco estava sempre no corpo das artistas.

Para organizar e listar referências visuais para os ensaios e expografia foi utilizado o Pinterest<sup>11</sup>, um site onde você pode salvar imagens para inspiração. Foi aberta uma pasta contendo referências de poses, paleta de cores e locações. Nessa parte da pesquisa foi possível perceber a falta de representação fotográfica de mulheres em lingerie bege, o que deu mais importância à parte visual do produto.



*Imagem 1: Página da Nude no Facebook*



<sup>11</sup> Disponível em: <[https://br.pinterest.com/lanna\\_silveira/nude-projeto/](https://br.pinterest.com/lanna_silveira/nude-projeto/)> Acesso em 8.6.2018



Imagem 2: Perfil da Nude no Instagram

Imagens 3 e 4: QR code<sup>12</sup> para acesso às redes sociais (Facebook e Instagram respectivamente)

Abaixo, o cronograma de planejamento e produção da exposição:

Mês/Atividades	Antes	Durante	Depois
<b>Setembro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lançamento do questionário nas redes sociais</li> <li>- Pesquisa visual</li> </ul>		
<b>Outubro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análise dos dados do questionário</li> <li>- Pesquisa bibliográfica</li> </ul>		
<b>Novembro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escolha das modelos e planejamento dos ensaios</li> </ul>		
<b>Dezembro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ensaio da Laís Silveira em São Luís - Maranhão</li> <li>- Ensaio da Thayná Faria, no centro olímpico da UnB</li> </ul>		
<b>Janeiro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ensaio da Tatiana Lionço - Parque da cidade</li> </ul>		
<b>Março</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pós-produção dos ensaios já realizados</li> </ul>		

<sup>12</sup> Utilize um aplicativo leitor de QR code

<b>Abril</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ensaio da Isis Higino, Vicente Pires.</li> <li>- Ensaio da Janice Salgado, Valparaíso de Goiás</li> <li>- Pós-produção dos ensaios já realizados.</li> <li>- Escolha do local da exposição e lançamento das redes sociais</li> <li>- Divulgação da <i>Nude</i> nas redes sociais</li> <li>- Planejamento do evento</li> </ul>		
<b>Mai</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escolha e impressão das fotos</li> <li>- Compra de material para a exposição.</li> <li>- Entrevista para veículos de comunicação do DF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Montagem da exposição (dias 21 e 22)</li> <li>- Vernissage para convidados (23)</li> <li>- Abertura da exposição ao público (24)</li> </ul>	
<b>Junho</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Finalização da exposição no dia 6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desmontagem da exposição</li> <li>- Escrita da memória e resultados alcançados na exposição</li> <li>- Entrega da memória</li> <li>- Apresentação da Banca</li> <li>- Entrega da versão final da memória</li> </ul>

## 5. Justificativa

O lugar das mulheres na sociedade foi, muitas vezes, pautado por homens que não deixaram a elas o poder de escolher quem ser e como ser. Ultimamente esse tema tem sido colocado cada vez mais em pauta e o papel das mulheres tem mostrado cada vez sua relevância. Por este documento se tratar de uma memória, não uma monografia, nossa investigação não se aprofundou nas questões de gênero e do feminismo, no entanto, ressaltamos sua relevância e crescente protagonismo nos estudos das ciências humanas, dentre elas, a Comunicação. Mesmo diante dos recentes estudos, para se chegar a um estado de equidade entre homens e mulheres é preciso debater cada vez mais também questões de ordem psicológica e subjetiva, como as questões relacionadas a representatividade da mulher pelo vestuário.

O que é mostrado em campanhas publicitárias como corpos padronizados, sexualização exagerada da mulher e poses com forte apelo sexual não mostram a realidade da vida da maioria das consumidoras de lingerie. As diferenças nos aspectos de beleza e estética do corpo feminino não são utilizadas a fim de propor uma mudança nos padrões, mas para perpetuar um tipo de corpo e postura que não é plural e nem representativo da maioria das mulheres.



*Imagem 5: Campanha de réveillon da Duloren<sup>13</sup> (2013). Na imagem a mulher encontra-se numa pose sexual o que estimula o fetichismo presente nas peças de lingerie e reforça a objetificação sexual.*

<sup>13</sup> Imagem retirada do site:

[http://www.fernandovasconcelos.com/1970/Noticias/OAnoNovoDaDuloren\\_225297/](http://www.fernandovasconcelos.com/1970/Noticias/OAnoNovoDaDuloren_225297/). Acesso em 18.6.2018



A representação da mulher em roupa íntima sempre foi sexualizada e excludente, o que gera uma falta de identificação das mulheres com o produto e também com os corpos fotografados. Tendo isso em mente, foi construída a ideia de fotografar mulheres com corpos comuns, longe do padrão de beleza exibido pela mídia e pela publicidade.

Durante toda minha jornada acadêmica realizei trabalhos, projetos de pesquisa e tutorias relacionados à fotografia. Encerrar essa fase com um trabalho que tem a fotografia como principal recurso de comunicação é como dar continuidade ao que foi construído durante os anos de graduação: minha formação como fotógrafa. A fotografia de retrato tem influência direta na percepção das pessoas fotografadas sobre si mesmas e na minha responsabilidade social como profissional de Comunicação.

A exposição *Nude* é um recurso para levar a mensagem de autoestima e representação a pessoas que estão além do processo fotográfico. A escolha por modelos comuns faz com que a identificação das outras mulheres seja feita com mais facilidade e o deslocamento da exposição de um espaço expositivo tradicional para um espaço de trânsitos mais abrangentes<sup>14</sup> - um espaço de *corworking* - e de criação colaborativa reforça a disseminação do conceito.

## **6. As modificações na *lingerie* ao longo da história**

As roupas de baixo têm um papel importante na construção do corpo feminino através da história e “Por ser uma última barreira de vestimenta antes da nudez, a lingerie faz parte da construção da identidade sexual feminina ganhando um aspecto simbólico de sensualidade muitas vezes comparado à própria nudez.” (GREGGIANIN, 2015).

As primeiras peças de lingerie eram utilizadas para aumentar o volume dos quadris, reforçando a ideia de fertilidade da mulher. Na Renascença o combo de cintura fina, quadril largo e seios destacados caracterizava o corpo ideal.

---

<sup>14</sup> Espaços não destinados à exposições de arte, mas que contam com uma boa rotatividade de pessoas, a fim de despertar o interesse pela arte e pelo tema da exposição.



Imagem 6: modelos de lingerie<sup>15</sup> usados no século XVI

A partir do século XVI que a lingerie passou a ter um lugar especial no vestuário feminino, com a função de modelar a silhueta de acordo com os padrões estéticos de cada época. Primeiramente, Segundo Mônica Greggianin, a partir da Revolução Francesa, “já se tinha a ideia de nu que a lingerie passava e as roupas de baixo passaram a ser de cor *nude* para se equivaler a cor do corpo” (GREGGIANIN, 2015). No entanto, cabe uma ressalva na fala da autora quanto ao uso da palavra *nude*, pois a palavra foi utilizada como sinônimo do termo cor de pele<sup>16</sup>, que sempre se referiu apenas à pele branca e não permitia que mulheres negras, por exemplo, pudessem usufruir do artifício envolvido no objetivo da cor: passar despercebida no corpo. Então, quando falamos em *nude*, na contemporaneidade, devemos pensar em um termo que passou a ser utilizado para definir uma escala de tons de marrom que se assemelham aos mais variados tons de pele e não a uma cor específica.

No século XIX foi criada a peça que deu origem ao sutiã como conhecemos hoje. Mas a partir da Segunda Guerra Mundial que o papel da mulher foi se modificando e com ele a roupa íntima. O abandono dos postos de trabalho pelos homens durante a guerra levou as mulheres a assumirem as funções dentro da indústria. Lingerie aparente e roupas de trabalho caracterizavam o estilo *pin-up* que surgiu nesse momento da história.

<sup>15</sup> Imagem retirada do site

<<http://modahistorica.blogspot.com/2013/05/lingerie-historica-parte-1-farthingale.html>>. Acesso em 10.6.2018

<sup>16</sup> Para entender mais sobre o termo “cor de pele” e o primeiro conceito de nude é recomenda-se a leitura do artigo de Zaira Pires, disponível em:

<<http://blogueirasnegras.org/2013/07/03/do-cor-de-pele-ao-nude/>> acesso em 31.05.2018

Durante a década de 1960 o estilo *pin-up* foi fortemente combatido pelo movimento feminista e ressignificado pelos movimentos sociais (SAGESSE, 2008), marcando o início da liberação sexual e a queima simbólica de sutiãs em praça pública contra o concurso Miss America e a ideia de feminilidade reforçada por ele. A partir daí intensificaram-se os estudos sobre sexualidade e a utilização da mesma como recurso publicitário de forma mais explícita nas imagens em questão.



Imagens 7 e 8: Bra-Burning ou A Queima dos Sutiãs (1968) em Atlantic city, EUA,

## 7. Planejamento da Exposição *Nude*

### 7.1. Orçamento

Para a produção da exposição da exposição não contamos com ajuda financeira de terceiros e todos os custos foram cobertos por nós.

Abaixo está a tabela de orçamento da *Nude*:

Descrição	Valor
Transporte/Deslocamento	R\$ 520,00
Passagens aéreas	R\$ 600,00
Papelaria	R\$ 142,90
Madeiraira	R\$ 90,00
Tecido	R\$ 101,00
Aluguel do espaço	R\$ 400,00

Gráfica	R\$ 85,00
Impressão de fotos	R\$ 205,20
Lingeries	R\$ 406,00
Iluminação	R\$ 248,00
Vernissage	R\$ 245,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 3.043,10</b>

## 7.2. Obras

### 7.2.1. Ensaios fotográficos

#### 7.2.1.1. Conceito

Para a realização dos ensaios fotográficos conversamos com cada modelo sobre a relação delas com a lingerie bege e seu próprio corpo. Depois dessa primeira conversa, estabelecemos a linha a ser seguida e começamos a fotografar focando no corpo e não na *lingerie*, assim a barreira existente pela cor da roupa íntima foi superada pela intenção de exaltar a beleza simplesmente pela beleza.

No processo de direção de arte, optamos por lingerie no mesmo tom de bege para todas as modelos, para que todos os ensaios tivessem uma unidade também pela cor do figurino.

Ao pensar a iluminação dos ensaios, preferimos uma luz mais difusa e natural, para isso, os ensaios foram realizados, em sua maioria, ao ar livre e em horários próximos ao nascer ou ao pôr do Sol. Minha experiência como fotógrafa começou e tomou característica a partir de ensaios externos, por isso, também, a escolha pelos ensaios ao ar livre.

Para a pós produção, foram feitos apenas retoques de cor e iluminação, não seria condizente com o projeto retocar o corpo das modelos, visto que estamos trabalhando com a aceitação do corpo pelas mulheres.

#### 7.2.1.2. Realização

O primeiro ensaio realizado foi o da Laís Silveira, 30 anos, em São Luís - Maranhão. A sessão de fotos foi realizada na praia, durou cerca de 45 minutos e

gerou 297 arquivos. Após a seleção, 36 fotos foram editadas e apenas uma foi utilizada na expografia. Por ter sido o primeiro ensaio feito, as fotos da Laís têm uma estética diferente dos demais, a iluminação e a tonalidade das fotos é diferenciada. Quando os outros ensaios foram realizados, encontramos um padrão de cor e direção que a exposição iria tomar, então as fotos da Laís foram destinadas às redes sociais e divulgação da exposição.

Em seguida, realizamos o ensaio da Thayná Farias, 20 anos, no Centro Olímpico da Universidade de Brasília. A sessão de fotos durou uma hora e foram registradas 165 imagens. A partir dessas fotos foram escolhidas 38 fotos para a edição e dentre essas, quatro fotografias entraram para a exposição.

O ensaio da Tatiana Lionço, 41 anos, teve 111 imagens capturadas, nove foram selecionadas para edição e três fotos foram expostas na Nude. As fotos foram feitas no Castelinho do Parque da Cidade Dona Sarah Kubitschek, teve duração média de 40 minutos.

Janice Salgado, 59 anos, foi fotografada em sua casa, em Valparaíso de Goiás. A realização das fotos demorou aproximadamente uma hora e meia e conseguimos fazer 225 fotos, das quais 20 foram editadas e três foram utilizadas na exposição.

As fotos da Isis Higino, que preferiu não revelar a idade, foram na casa dela em Vicente Pires. Foram capturadas 102 fotos, das quais 35 foram editadas e três foram usadas na exposição.

Para que as fotos tivessem uma unidade e a mesma estética, todas foram feitas com uma câmera Canon 60D, e uma objetiva 50mm f/1.4 como objetiva principal e uma 18-200 f/3.5 como objetiva secundária. Segundo Arlindo Machado, todos esses fatores influenciam diretamente no resultado da fotografia, lentes, distância focal, tempo de exposição e foco são componentes da foto que podem ser calculados na câmera, que pedem um conhecimento do funcionamento da máquina fotográfica, conhecimento que adquiri nas disciplinas de fotografia na Faculdade de Comunicação e na minha experiência como fotógrafa profissional. Outros fatores como tom de pele influenciam na forma como a luz é refletida, mas as correções de cor foram feitas na pós-produção.

Com exceção do ensaio da Isis Higino, todos os outros tiveram assistentes que utilizaram um rebatedor simples para correção de iluminação e execução das fotos. Dois ensaios foram internos e três externos, todos contando apenas com iluminação natural.

Ao todo, foram capturadas 900 imagens, 138 fotos foram editadas e 14 imagens foram utilizadas na expografia.

A compra das *lingeries* foi incluída nos custos de produção e como forma de agradecimento, as modelos puderam ficar com a lingerie que usaram nos ensaios.

### 7.2.2. Instalações

#### 7.2.2.1. Gaveteiro

O Gaveteiro era composto por um criado mudo, com uma gaveta aberta recheada de variados modelos de lingerie bege. A intenção era proporcionar uma experiência estética sensorial motivada pela curiosidade de saber o que tem dentro das gavetas, bem como criar um apelo visual tátil da instalação a partir da lingerie bege.



Imagem 9: Gaveteiro

### 7.2.2.2. Varal

O varal exibia explicitamente os modelos mais variados de calcinhas. A intenção foi exibir explicitamente modelos variados de calcinhas que normalmente não são comercializadas ou fotografadas em bege. Para fazer um contraponto, foram penduradas calcinhas com modelos retrógrados e que não são considerados sexy. Mostramos nessa instalação a disparidade entre o sexy e o não-sexy, entre o velho e o novo e entre o considerado no imaginário coletivo como bonito e o feio.



*Imagens 10 e 11: Varal*

### 7.3. Expografia

Com a dificuldade de encontrar galerias de arte que aceitassem trabalhos de novos artistas, a alternativa foi tirar a exposição do espaço expositivo tradicional e levar o trabalho para um espaço de transição, com livre acesso e grande circulação de pessoas.

No espaço em que a *Nude* foi montada, o Ponto 37, funciona um *coworking*, um escritório de arquitetura e urbanismo e aos finais de semana um bar. Nunca haviam recebido uma exposição antes e não tinham estrutura para isso, apenas as paredes estavam disponíveis.

Na parte de conceito da expografia pude contar mais com a ajuda do Pedro Costa e sentir mais o impacto da Museologia dentro do processo de montar uma



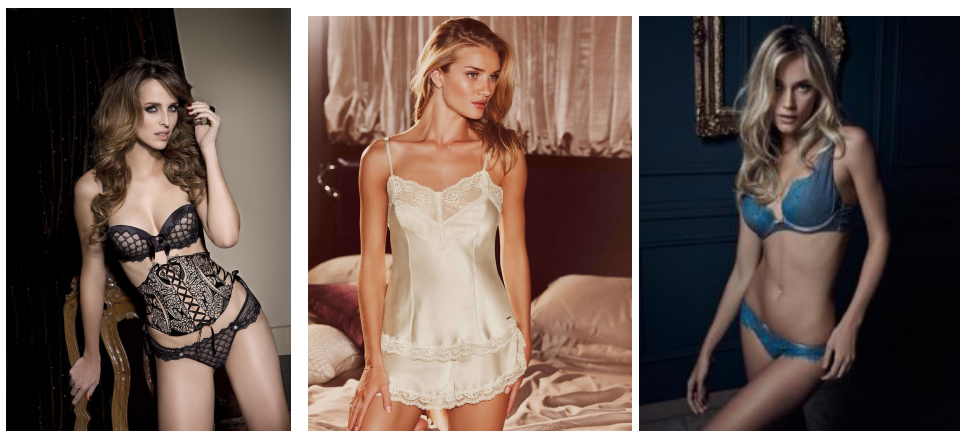
exposição, pois devido ao curso que faz, Pedro tem mais experiência nas etapas como conceituação da expografia, plano museológico, etc..

O primeiro passo foi fazer uma análise completa do local, tirar medidas e listar as necessidades. As fotos que antes seriam penduradas teriam que ser coladas, por falta de suporte para pendurar. Depois foi preciso fazer toda a instalação de iluminação, pois o espaço não tinha nenhuma e é bastante escuro.

Os tamanhos das fotos foram escolhidos de acordo com o tamanho dos espaços, para que o olhar do visitante ficasse confortável diante das imagens. As fotos foram impressas nos tamanhos 30x45cm, 40x60cm e 50x75cm.

A ideia inicial para o suporte das fotos foi usar um papel de gramatura alta, como papel paraná, mas foi praticamente impossível achar um papel grosso e na cor desejada em Brasília, e as opções que poderiam substituir, como isopor, não atendiam à necessidade por serem muito leves. A solução foi comprar placas de MDF bem fino (3mm) e revesti-lo com tecido bege (tricoline com elastano).

As fotos foram distribuídas em três núcleos que se referem aos códigos estilísticos encontrados nas imagens publicitárias de lingerie: hostilidade, romantismo e sensualidade (BURATTO e FORNASIER, 2015). Os elementos que consolidam essas categorias estão presentes nas poses, olhares, e sentimento das modelos em cada foto.



*Imagens 12, 13 e 14: Fotos publicitárias de lingerie que representam os núcleos de Hostilidade, Romantismo e Sensualidade. Fonte: Fruit de la passion; Marks & Spencer e Hope*



A iluminação utilizada foi geral indireta e focal difusa. Foi preciso produzir a iluminação focal, para isso, utilizamos 12 metros de fio conjugado de 2,5mm, uma tomada macho de dois pinos e oito lâmpadas de led, dicróicas, halógenas, de 3W e luz branca intensa (uma para cada foto posicionada abaixo do mezanino).



*Imagem 15: espaço expositivo sem/com iluminação*

As obras ficaram dispostas como mostra a planta da expografia que pode ser encontrada nos apêndices desta memória de pesquisa.

O gaveteiro foi posicionado à direita da porta, pois o local permitia a interação do público sem gerar tumulto. As pessoas podem sentar no móvel, mexer na gaveta e interagir com a obra sem esbarrar em ninguém ou derrubar alguma coisa. Já o varal foi colocado perto da copa e da porta dos fundos porque os varais das casas geralmente se encontram no quintal.

Algumas fotos que foram utilizadas na expografia agrupadas por núcleo:

### **7.3.1. Hostilidade**



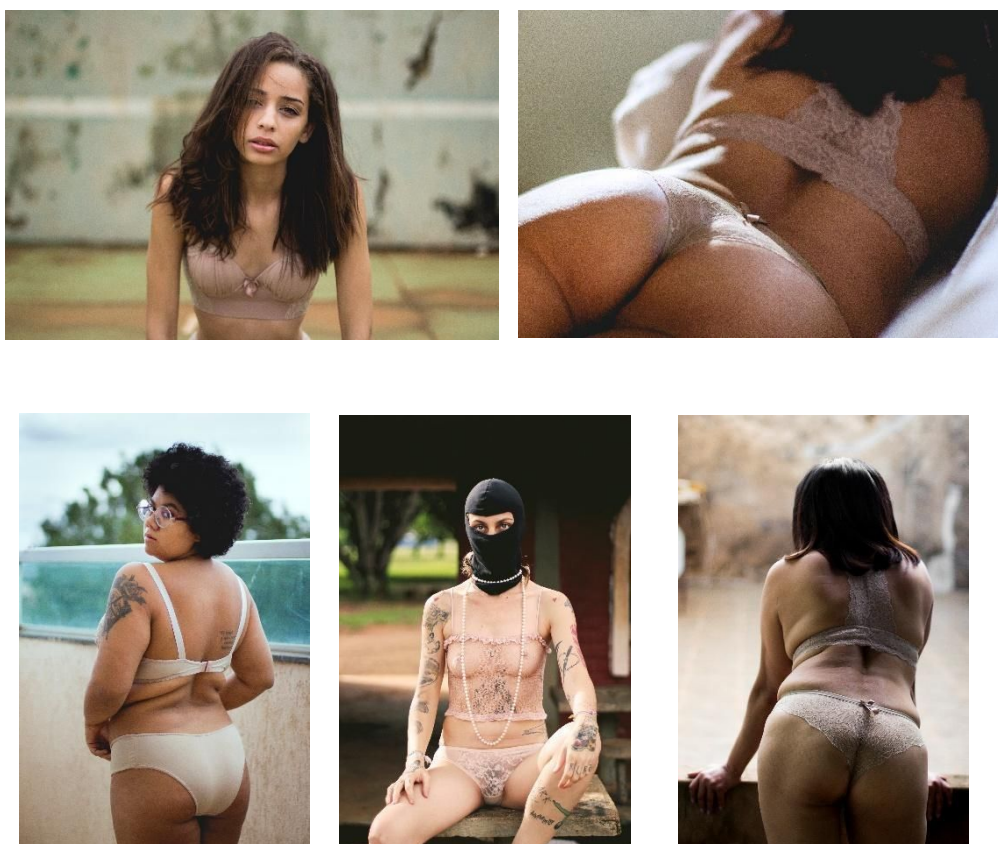
*Imagens 16, 17 e 18: Fotos utilizadas no núcleo Hostilidade*

### 7.3.2. Romantismo



*Imagens 19, 20 e 21: Fotos utilizadas no núcleo Romantismo*

### 7.3.3. Sensualidade



*Imagens 22, 23, 24, 25 e 26: Fotos utilizadas no núcleo Sensualidade*

## 7.4. Criação da marca

### 7.4.1. O nome

Para a criação da marca foi realizado um *brainstorming* sobre a temática da exposição para chegar ao nome escolhido. A palavra *Nude* tem origem inglesa e significa nu. Depois da popularização do termo *send nudes*<sup>17</sup> na Internet, no Brasil a palavra se tornou um estrangeirismo, e passou a ser pronunciada conforme é escrita ([nu:d]). Está relacionada à temática das fotos: corpo e sensualidade, por isso a escolha.

### 7.4.2. A cor

Outro aspecto do estrangeirismo da palavra *nude* está presente na moda, segundo a autora Edyta Jabłonka “a influência das palavras estrangeiras no vocabulário relacionado com a moda é notável e abrange diferentes áreas da moda”, como por exemplo as cores. *Nude* além do significado literal (nu) possui um outro conceito, como esclarecido no desenvolvimento, que é uma escala de marrons que se assemelham aos tons de pele.

De acordo com a escala de *nudes*, foi escolhida a cor *Plaza Taupe* 16-1105 TCX na escala Pantone como cor principal. É uma cor que transmite calma e passividade, é muito utilizada principalmente em ambientes, cortinas, tapetes e apesar de um tanto inerte, promove a sensação de aconchego e conforto.

Para complementar a paleta de cores foram escolhidas mais cinco cores:



Imagem 27: Paleta de cores

<sup>17</sup> *Send Nudes*, em português Manda Nudes, é uma expressão que ficou bastante popular na internet, para o ato de enviar fotos sensuais nuas ou seminuas, principalmente por aplicativos de mensagens. Fonte: <<http://arte.folha.uol.com.br/tec/2015/manda-nudes/curto.html>>. Acesso em 8.6.2018

### 7.4.3. Desenvolvimento da marca

A marca foi desenvolvida com traços modernos em linha reta. Inclui apenas a palavra *nude* e um sublinhado estilizado que dá ênfase e sofisticação à tipografia escolhida. A alternância entre as letras (uma para cima e outra para baixo) aliada às extremidades arredondadas remete às formas curvas e assimétricas do corpo humano.



*Imagens 28, 29, 30 e 31: Diferentes aplicações da marca “NUDE”*

### 7.5. Redes Sociais/Comunicação

As páginas da exposição nas redes sociais foram lançadas no Dia Internacional da Mulher. Fizemos uma postagem comemorativo que não gerou muito engajamento, mas alcançou um total de 443 pessoas.



*Imagem 32: Primeiro post nas redes sociais – Dia Internacional da Mulher (8/3/2018)*



Logo no começo percebemos que não daria para pagar anúncio nas publicações das páginas, não era possível impulsionar a *fanpage* nem as publicações devido à exposição do corpo nas imagens.

Entre 8 de março e 2 de junho a página do *Facebook* alcançou apenas 100 curtidas e o usuário no *Instagram* 113 seguidores. Observamos um aumento no engajamento no período em que a exposição estava aberta.

As redes sociais nos revelaram que muita gente se identifica e gosta de usar lingerie bege:

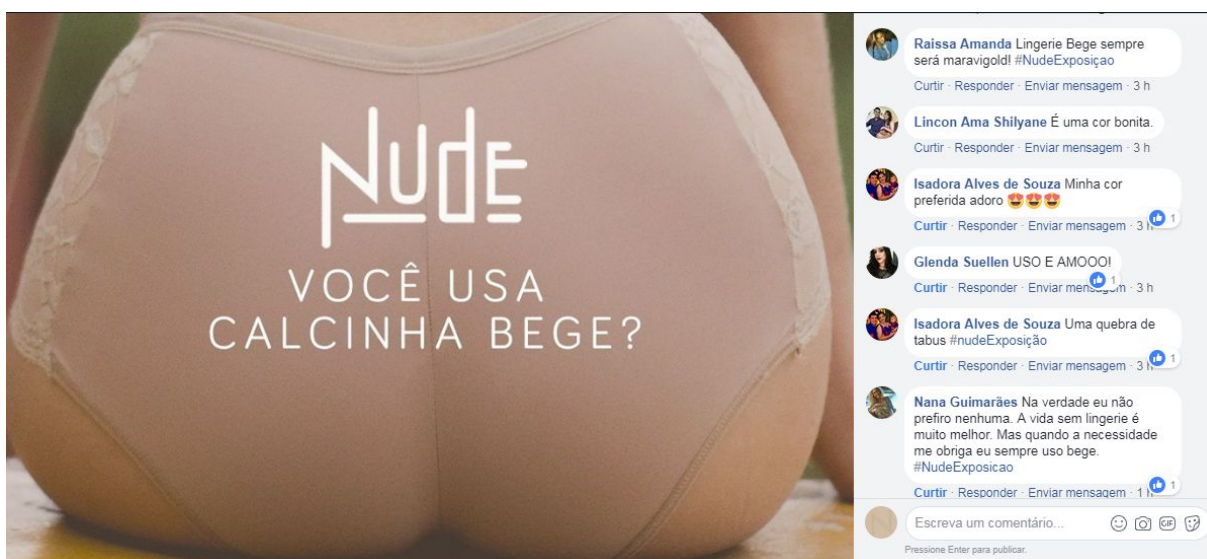
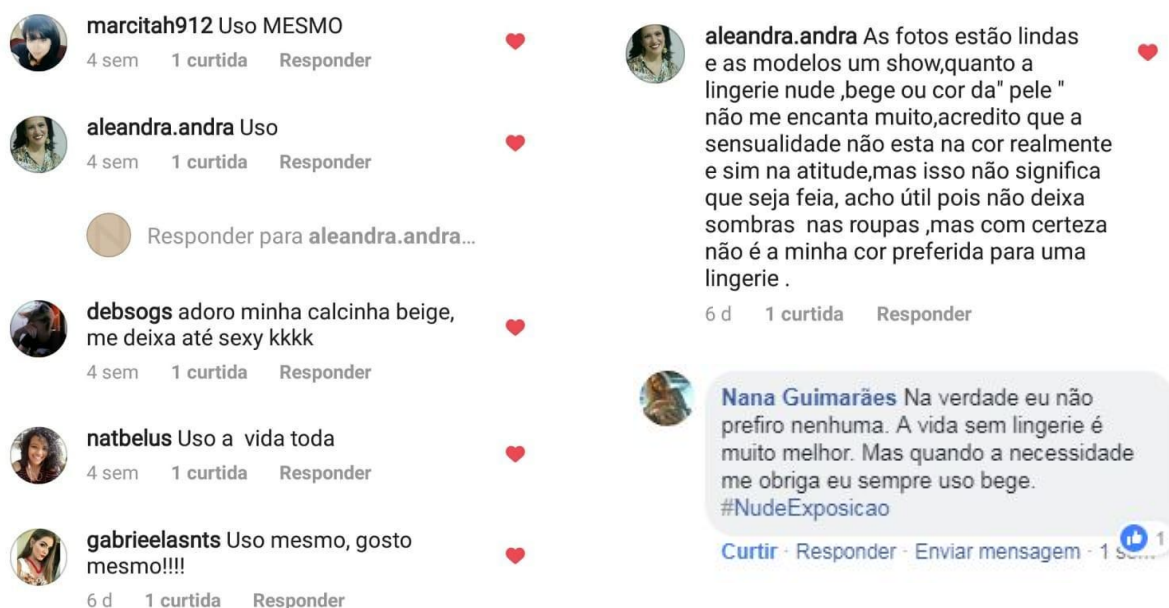


Imagem 33: Publicação no Facebook sobre o uso de lingerie bege



Imagens 34, 35 e 36: comentários destacados nas redes sociais no post indicado na imagem 33

Apesar de a maioria dos entrevistados terem respondido no questionário<sup>18</sup> que a cor bege não é uma cor sexy, a maioria das seguidoras se mostraram favoráveis ao bege e elogiaram bastante a iniciativa da exposição:



*Imagens 37, 38 e 39: comentários encontrados nas publicações do Facebook*

No primeiro dia de exposição o jornal Correio Braziliense publicou uma matéria<sup>19</sup> sobre a exposição, o compartilhamento do link na página teve mais de 2000 pessoas alcançadas:

<sup>18</sup> As respostas se encontram nos apêndices desta memória de pesquisa.

<sup>19</sup> Disponível em: <https://goo.gl/SyafpT> Acesso em 11.6.2018



Imagem 40: Publicação feita na página do Facebook da exposição Nude

## 7.6. Montagem

A vernissage aconteceu na quarta-feira à noite, 23 de maio, como o espaço Ponto 37 funciona de segunda a sábado, a montagem foi feita nos dias 21, 22 e 23 de maio e foi feita por quatro pessoas.

No primeiro dia foi instalada a iluminação e feita a marcação de altura para o afixamento das fotos. A primeira dificuldade durante a montagem foi fixar a iluminação no mezanino onde se não havia iluminação ou suporte algum. Primeiramente foi utilizada fita *silver tape* preta e fita banana para prender a fiação e direcionar as lâmpadas. Mas não funcionou, porque a madeira do teto não tinha tanta aderência e a fita preta, que foi escolhida devido à cor, não era tão forte quanto o esperado. Então outra alternativa surgiu, recolocamos a iluminação com a fita *silver tape* prata e montamos um gancho de arame para direcionar a iluminação, o que funcionou perfeitamente.



*Imagem 41: Iluminação*

No segundo dia colamos as fotos em seus devidos lugares utilizando fita adesiva dupla face da marca Scotch 3m, montamos o varal e colocamos o banner com a logo da exposição, deixamos as fotos cobertas com TNT para que o espaço pudesse funcionar normalmente durante o dia na quarta-feira, 23 de maio, e para criar expectativa em quem pudesse passar pelo local antes da abertura da exposição. Para o dia da vernissage ficou a impressão e fixação do banner de texto, finalização do livro de assinaturas e montagem do gaveteiro.



*Imagens 42 e 43: Etapas da montagem. Fotógrafa: Marília Lima/Correio Braziliense*



Algumas partes do processo de montagem era compartilhada no *Instagram* do espaço Ponto 37 e no perfil da *Nude*:



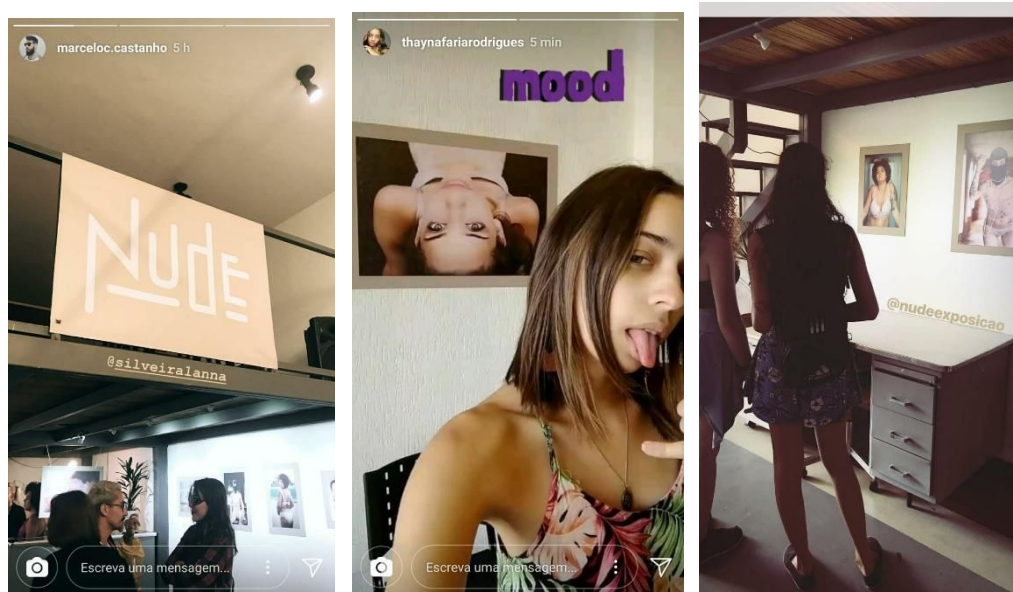
*Imagem 44: Post feito no InstaStories do Ponto 37*

### **7.7. O período de exposição**

A exposição *Nude* aconteceu entre os dias 23 de maio e 9 de junho no Ponto 37, localizado na SCLRN 711, bloco C, loja 37, Brasília - DF. No primeiro dia abrimos apenas para convidados, 29 pessoas prestigiaram o evento de abertura. Houve cobertura fotográfica apenas no dia da abertura e o acompanhamento dos outros dias foi feito por meio das redes sociais.

Contamos com a ajuda de vários amigos para mediação das visitas, registros fotográficos, montagem e desmontagem da exposição.

Por ter que nos dedicar a disciplinas na Universidade, projetos de pesquisa, e atividades pessoais não pudemos estar sempre presente no espaço da exposição. Mas pudemos acompanhar a interação do público por meio das redes sociais, o que foi muito bom para avaliarmos a recepção do público e a percepção das obras.



*Imagens 45, 46 e 47: Postagens feitas por visitantes no Insta Stories*

Cada notificação recebida foi uma surpresa, fazia parte do nosso objetivo ver como as pessoas enxergam as obras, perceber como o sentimento de cada foto é vivido pelas pessoas, mas não esperávamos que teríamos tanta repercussão.

Guiamos uma visita para a turma de Criatividade em Publicidade de Propaganda, do Departamento de Audiovisuais e Publicidade da Faculdade de comunicação da Universidade de Brasília, proposta pela professora Isabella de Oliveira Lara. Os alunos fizeram perguntas sobre o processo de criação, relevância do tema, execução da exposição, desenvolvimento de marca, paleta de cores e todos os processos criativos que fizeram parte da construção da *Nude*.

Devido à repercussão nas redes sociais e ao feriado de *Corpus Christi* no dia 31 de maio, final de semana em que a exposição ficou fechada, os responsáveis pelo espaço nos convidaram a deixar a exposição aberta por mais um fim de semana. Então divulgamos nas redes sociais e alcançamos um público muito maior devido ao funcionamento do bar Miríade de quinta-feira a sábado.

Obtivemos resultados positivos com o aumento do período de exposição. Até 6 de junho - primeira data definida para o encerramento - tivemos 57 assinaturas registradas no livro de assinaturas. No período entre 7 e 9 de junho o registro de visitantes aumentou para 80 pessoas.

### **7.8 Desmontagem**

Os dias previstos para a desmontagem da exposição foram 7 e 8 de junho, mas devido ao adiamento proposto pelos donos do Ponto 37, os dias destinados à desmontagem foram 11 e 12 de junho.

Removemos a iluminação e armazenamos as lâmpadas nas caixas. As fotos foram removidas da parede com o auxílio de fio de nylon (para remover a fita dupla face) e embrulhadas com papel de seda. Todo esse processo foi realizado com luvas, para evitar danos às obras. Mas os danos à parede foram grandes, a fita banana, por ser muito forte, arranca a tinta da parede, mesmo se removida com muita cautela. Os prejuízos ficaram a cargo dos donos do espaço, pois não foi exigido que o espaço fosse devolvido nas mesmas condições que encontramos.

As peças de roupa contidas nas instalações foram armazenadas em caixas plásticas e os móveis voltaram às suas funções originais.

O processo de desmontagem é mais simples do que o de montagem mas exige o mesmo cuidado com as obras para que elas possam ser conservadas e reutilizadas em montagens futuras, evitando os gastos com impressão de fotos e compra de peças íntimas.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitas mulheres são oprimidas devido aos julgamentos que a sociedade reproduz e aceitam isso como se fosse normal se sentirem inferiores por serem simplesmente quem são. O objetivo desse projeto é mostrar que questões sobre o feminino, como o caráter não sexy da cor bege, autoestima e representatividade feminina, precisam ser debatidas para que se possa viver em harmonia, com a sociedade, com nós mesmas e aceitar que os corpos e gostos são diferentes e não há problema nisso.

A Comunicação Social tem ferramentas que devem ser utilizadas como forma de conscientização, entre elas a fotografia e as redes sociais, mas é preciso ser responsável ao utilizar essas ferramentas pois o alcance e o acesso a esse tipo de mídia são altos.

O questionário aplicado no início da pesquisa e a criação da estratégia de comunicação aplicada nas redes sociais foram fundamentais para a criação do projeto e para a análise dos resultados, por meio destes recursos pudemos saber quem era o nosso público e o que eles pensavam da nossa ideia.

Os resultados do projeto foram satisfatórios, todas as modelos e visitantes ficaram felizes em participar e vivenciar a experiência que lhes foi proporcionada através dos ensaios e da exposição. Pudemos propor um olhar diferenciado sobre a cor bege e os efeitos foram mais positivos do que o esperado. Além de aumentar a autoestima das mulheres que participaram dos ensaios, pudemos perceber também a identificação de mulheres de várias idades e tipos corporais com as modelos fotografadas.

Esse projeto faz parte do meu processo de formação como comunicóloga e do Pedro como museólogo, e sobretudo do processo de formação de dois artistas socialmente responsáveis. Toda produção que parte de nós tem um impacto na sociedade e em nós mesmos. E é o nosso desejo que essa transformação seja feita a partir de coisas cotidianas, como uma simples lingerie bege.

Agora, esperamos que a exposição seja levada a mais lugares e alcance mais pessoas em futuras montagens. Os canais de comunicação com o público

continuam abertos, no *Instagram* e *Facebook*, para que possamos sempre melhorar e oferecer conteúdo de qualidade e que leve as pessoas a refletirem.

Esse trabalho se tornou possível por ter ao meu lado pessoas que se tornaram referências, dentro da Comunicação, da fotografia, da Museologia e da Universidade de Brasília como um todo.

A autoestima feminina é muito frágil e precisa ser sempre trabalhada, eu, como mulher e fotógrafa sempre utilizo minhas ferramentas de arte e trabalho para proporcionar esse sentimento a mulheres que muitas vezes se sentem inferiores por serem diferentes.

A lingerie bege não é sexy, a vermelha também não e muito menos a preta ou qualquer outra cor, o que torna uma mulher sexy é ela se sentir bem com seu corpo, e demonstrar isso com confiança.

“Que nada nos limite. Que nada nos defina.  
Que nada nos sujeite. Que a liberdade seja a nossa própria substância.”

Simone de Beauvoir

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CALDEIRA, Giseli Cristina; FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas. A influência dos aspectos subjetivos na compra de lingerie. **Projetica**, [s.l.], v. 6, n. 1, p.119-136, 15 out. 2015. Universidade Estadual de Londrina.  
<http://dx.doi.org/10.5433/2236-2207.2015v6n1p119>.

GERBASE, Carlos. Imagens do sexo: as falsas fronteiras do erótico com o pornográfico. **Revista Famecos**, [s.l.], v. 13, n. 31, p.39-45, 14 abr. 2008. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2006.31>.

GREGGIANIN, Mônica. 2., 2015, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil.. **A lingerie na construção da imagem do corpo feminino através da história**: Anais. Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil.: Universidade Federal de Juiz de Fora., 2015. 854 p.

JABŁONKA, Edyta. ESTRANGEIRISMOS E MODA – EXEMPLOS DAS REVISTAS E DAS PÁGINAS WEB PORTUGUESAS E POLACAS. **Romanica Cracoviensia**, Kraków, v. 11, n. 1, p.186-193, jun. 2011.

MACHADO, Arlindo. A FOTOGRAFIA COMO EXPRESSÃO DO CONCEITO. **Studium**, Campinas - Sp, v. 2, n. 1, p.1-10, jun. 2000. Disponível em: <<http://www.studium.iar.unicamp.br/indexdois.html>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

MIRANDA, Fernanda. Pin-ups de ontem e hoje: metodologia de comparação de imagens de feminilidades performadas. **Líbero**: Revista do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, v. 17, n. 33, p.147-152, 2014. Semestral.

MOTA-RIBEIRO, Silvana. **Retratos de mulher**: construções sociais e representações visuais do feminino. Porto: Campo das Letras, 2005. 212 p.

OUROFINO, Amanda Gomes de. O fetiche na fotografia de moda e a representação feminina: editoriais da revista Vogue Brasil de 2007 a 2011. **Revista Linhas**, [s.l.], v. 16, n. 32, p.221-245, 6 jan. 2016. Universidade do Estado de Santa Catarina. <http://dx.doi.org/10.5965/1984723816322015221>.

RUGGI, Lennita Oliveira; SILVA, Rosimeire Barboza. **O CORPO NO ESPELHO: SOBRE A CONSTRUÇÃO DA FEMINILIDADE CONTEMPORÂNEA**. 2009.

Disponível em: <<http://www.itaporanga.net/genero/gt9/1.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

SAGGESE, Antônio José. Imaginando a mulher – Pin-up, da chérette à playmate. São Paulo, 2008. Disponível em:

<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8133/tde-29012009-150456/pt-br.php>  
Acesso em 6.6.2018

## 10. REFERÊNCIAS VISUAIS

- **Vídeoclipe Sua cara - Major Lazer feat. Anitta e Pablo Vittar**

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=omzk3klly0E>. Acesso em 15 jun. 2018.

- **Apresentação da Anitta no Prêmio Multishow 2017**

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sZhtcHf5FZQ>. Acesso em 15 jun. 2018.

- **Vídeoclipe Jungle Kid - Cléo**

Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=t\\_-fHdXGhA](https://www.youtube.com/watch?v=t_-fHdXGhA). Acesso em 15 jun. 2018.

## 11. Sites

- **Blog Blogueiras Negras**

<<http://blogueirasnegras.org/2013/07/03/do-cor-de-pele-ao-nude/>> Acesso em 31.05.2018

- **GNT**

<<http://gnt.globo.com/moda-e-beleza/materias/deborah-secco-defende-a-lingerie-bege-e-necessaria.htm>> acesso em 15.06.2018

## 12. APÊNDICES

- **Total de respostas**

Disponível em <https://bit.ly/2m1TIXw>. Acesso em 09/07/2018

- **Gráficos do questionário**

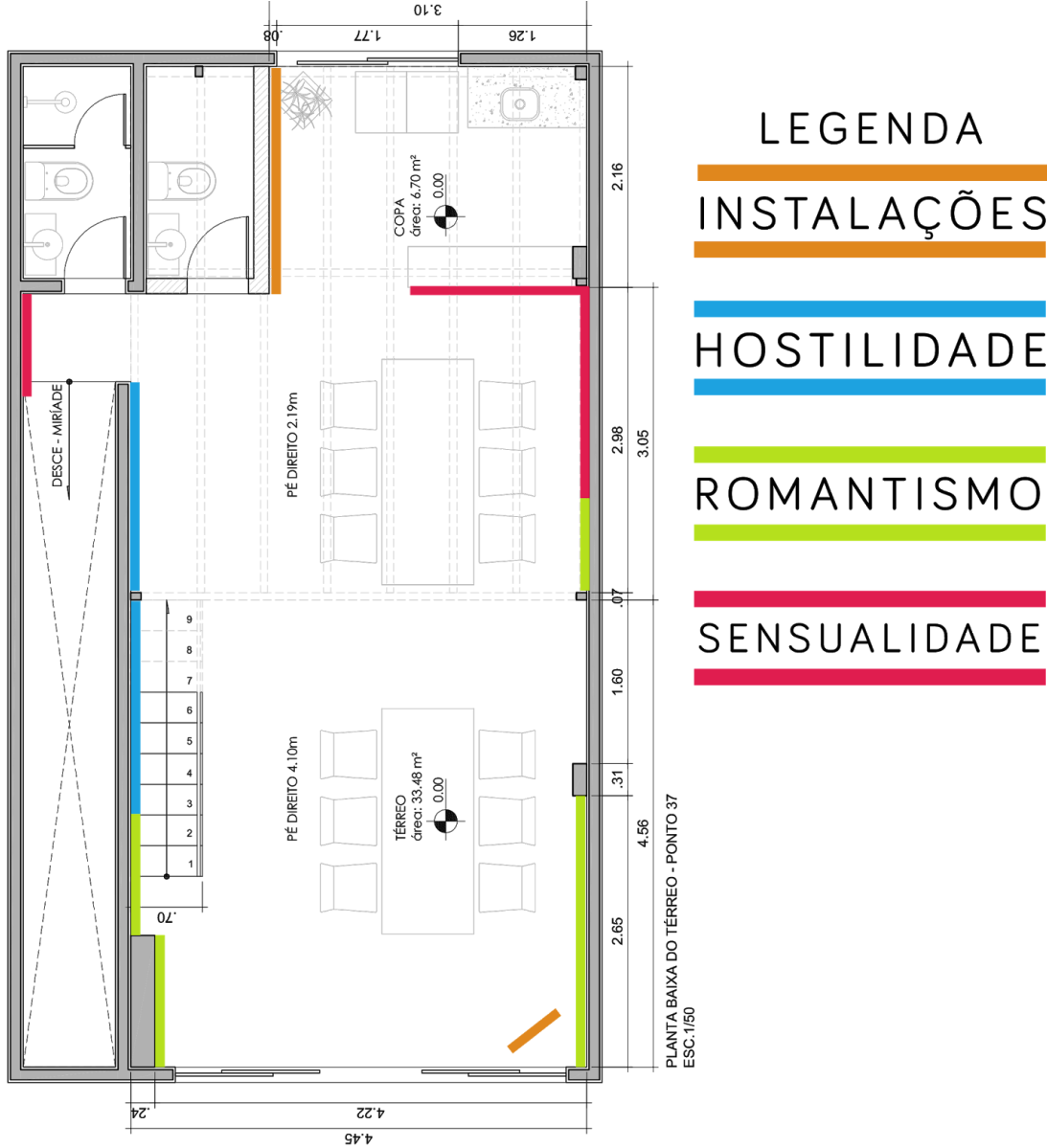
Disponível em <https://goo.gl/gGKCZY> . Acesso em 17/06/2018

- **Ensaio completos**

Disponível em: <https://goo.gl/rs7qGW>. Acesso em 15/06/2018



• Planta Expográfica



- Fotos utilizadas na exposição

